

平成 20 年度
都市から地方への移住・交流の
促進に関する調査報告書
(概要版)

平成 21 年 3 月

総務省 自治行政局
コミュニティ・交流推進室

第1章 調査の概要

1. 調査の内容

本調査では、意欲のある地方をモデル地域として、受入側(地方)、都市住民側及び両者のコーディネーター(仲介役)の3者で構成する移住・交流の受入れの仕組みづくりを効果的に行うための手法・留意点・着眼点等を明らかにするための実証実験調査、移住・交流の実践者への意識調査及び都市住民への移住・交流に関する情報発信について実施した。

(1) モデル地域における実証実験

福井県、和歌山県、熊本県の3地域をモデル地域とし、移住・交流の受入れの仕組みを実験的に整備した上で、都市部の住民を対象としたモニターツアーを実施し、移住・交流の促進のための課題及び問題点を抽出した。これにより、移住・交流の受入れの仕組みづくりのためのモデル構築を図った。この他、各地域においては以下の項目について特に検証した。

①福井県(企業・大学等からの参加募集)

企業・大学等と連携して希望者を募る手法により、継続的な対面式プロモーションを実施した。これにより、かかる手法の有効性について検証するとともに、潜在的な移住・交流希望者の掘り起こしの可能性について検証した。

②和歌山県(移住・交流の実践者に対象を広げた意識調査)

受入側地域の効果的な情報発信や体制づくりに資するよう、移住・交流「実践者」から地域で生活する際のニーズを具体的に調査することで、受入側の行政が特に優先して対応すべき事項を明らかにした。

③熊本県(取り組みが端緒についた地域の、地域の資源を有効活用した体制整備の検証)

取り組みが端緒についた団体からは、施策推進のための体制整備、地域資源を生かしたプログラムづくりについてノウハウ・実例を学びたいとの希望も寄せられた。そこで、体制整備、受入施設の設定、体験プログラムの企画等、モデルツアー実施のプロセス・実務を具体的にとりまとめて示すことで、他団体への波及を図ることとした。

また、現地に置く地域密着型の相談・受付窓口(地域コンシェルジュ)が、宿泊として活用する農林漁家民泊や各種体験プログラム等のサービス水準について、地域内の先進事例の紹介等を通じて、提供事業者等に指導・助言を行った。

(2) 移住・交流の実践者への意識調査

各モデル地域を中心に、移住・交流の実践者に対してアンケート及びインタビューによる意識調査を実施した。

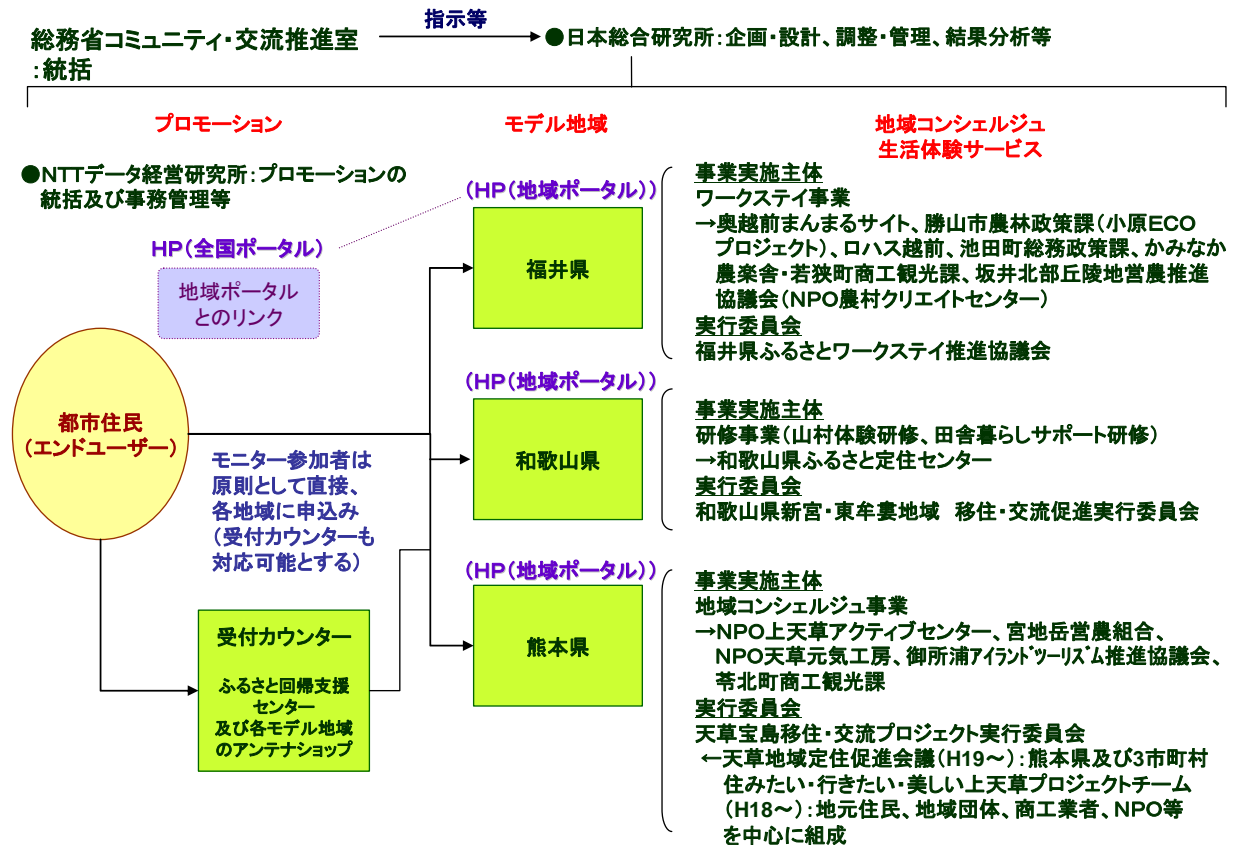
(3) 都市部における情報発信

都市部で開催された移住・交流に関する催事(「ふるさと回帰フェア2008」(東京及び大阪にて開催))にて自治体の移住・交流施策の情報発信を行った。

3. 調査の実施体制

本調査の実施体制は下図に示すとおりとした。

図表 2 調査の実施体制



第2章 モデル地域における実証実験

1. 福井県モデル

福井県モデルでは、都市部住民が農山漁村に長期滞在し、農作業や地域景観づくり・環境保全活動などのボランティアをしながら、地域の生活・文化を体験するワークステイを県内6地域でモデル的に導入し、地域に応じたワークステイ導入方法、都市部住民に対する効果的な情報発信の方法、ワークステイを地域での移住・定住につなげるための課題の検証等を行った。

併せて、都市部企業・大学等との連携を通じた都市部住民(企業OBや現役層、大学生を中心とする若年層)の誘致方法の有効性検証を行い、有効性が立証できれば、「一集落一企業」「一集落一大学」のような形態で他地域での横展開を図ることとした。

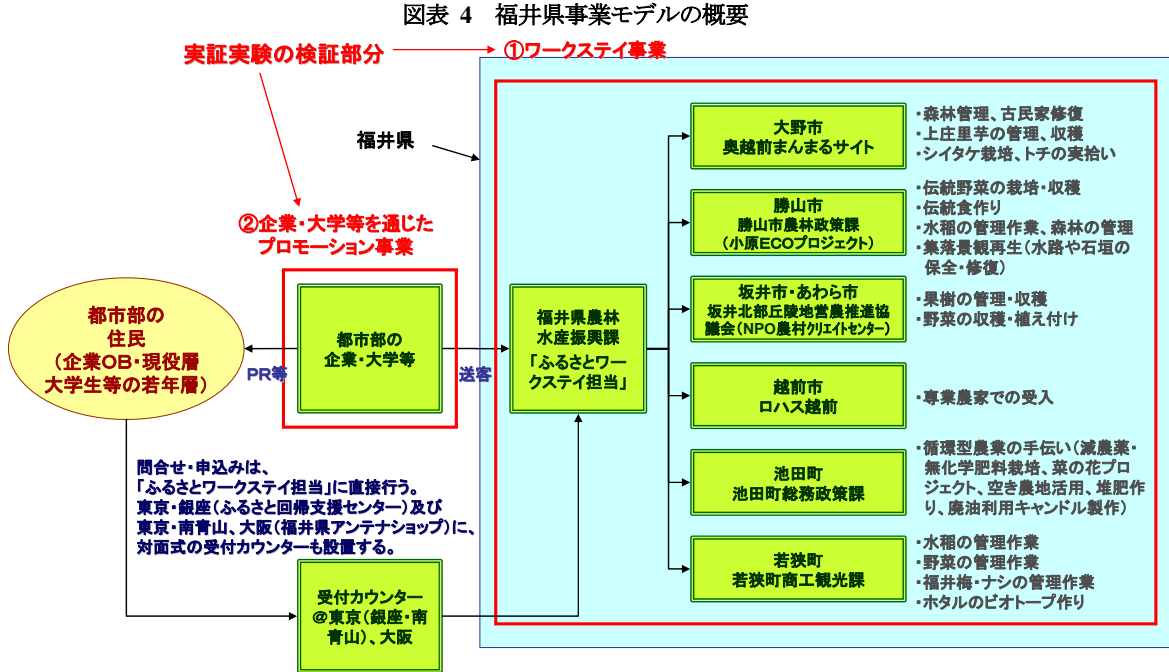
さらに、集落景観再生や集落救済といった観点からの企業の社会貢献(CSR)活動、社員福利厚生、社員研修の一環としての現役層の誘致に向けた企業との連携可能性についても検討した。

図表3 福井県「ふるさとワークステイ」実施地域(6地域)



(1) 事業モデルの概要

福井県事業モデルの概要は、下図に示すとおりである。



(2) 事業モデルの実施体制

実証実験の枠組み(実施体制)は以下のとおりである。

事業機能	具体的な業務内容	実施主体
地域におけるコンシェルジュ機能	モニター参加者の直接的な申込み窓口であり、かつモニター参加者が現地入りした後の相談・問合せ等も受ける。	福井県農林水産振興課「ふるさとワークステイ」担当が一次的な窓口となるが、それ以降は以下の6地域にそれぞれ地域コンシェルジュ機能を設置する。 ①坂井市・あわら市:坂井北部丘陵地営農推進協議会(NPO農村クリエイティブセンター) ②大野市:奥越前まんまるサイト ③勝山市:勝山市農林政策課(小原ECOプロジェクト) ④越前市:ロハス越前 ⑤池田町:池田町総務政策課 ⑥若狭町:かみなか農楽舎・若狭町商工観光課
生活体験サービス(ワークステイ)提供機能	ワークステイ事業に係る各種の地域サービスを提供する。	各種サービスを提供する地元農家、地域企業・団体等(幅広い業種にまたがる)が提供する。
都市部における受付カウンター機能	都市部における相談窓口であり、申込み等を地域に取り次ぐ。	ふるさと回帰支援センター(@東京・銀座)、福井県アンテナショップ(@東京・南青山)、福井県大阪事務所(@大阪)

(3) 事業モデルの実施方法

ふるさとワークステイの実施要領は以下のとおりとした。

- ・ 実施期間:平成 20 年 9 月～21 年 1 月(5 ヶ月間)
 - ※ ただし、8 月中旬以降の参加者も検討対象に含める。
 - ※ 滞在期間は 1 泊 2 日～1 週間程度とする。
- ・ 主な対象者:18 歳以上の都市部(関西圏、中京圏、首都圏等)の住民(企業OB・現役層、大学生等の若年層)を対象とする。
- ・ 受入施設:現地の農家(農家民泊、宿泊代・食費は原則無料)、公共宿泊施設など
- ・ 費用負担:現地までの往復交通費は参加者の負担、現地での宿泊(農家民泊など)・食事(朝・夕食)は原則として無料、ただし、現地観光・保険料・昼弁当・飲み物代等については一部自己負担とする。

(4) 事業モデルの検討項目及び検証方法

福井県事業モデルの検討項目及び検証方法は以下のとおりとした。

検討項目	検証方法
ワークステイ事業を移住・定住につなげるための課題及び問題点の抽出と解決策(就農支援等、効果的な体験プログラムの検討)	・モニター参加者へのアンケート調査による移住・定住に必要な体験プログラムの内容・ニーズに関する調査(地域との関係を深め、滞在期間を延ばし、往来頻度を高めるための方策検討)。
ワークステイ事業の事業性(財政負担のない事業モデルへの転換可能性)	・モニター参加者へのアンケート調査による受容価格帯、受入事業者や農家等へのヒアリング調査によるコスト構造等の分析。
大学・企業との連携によるプロモーション事業の有効性	・モニター参加者に占める大学・企業経由の参加者数。 ・モニター参加者へのアンケート調査による当該プロモーションに対する効果・意識の分析。 ・大学、企業へのヒアリング調査による潜在的な移住・交流希望者の掘り起こしの可能性分析。

(5) 事業モデルの検証結果

福井県事業モデルにおける3つの検討項目についての検証結果を以下に整理する。なお、福井県事業モデルへのモニター参加の状況は以下のとおりである。

参加者数 : 244人

参加者の属性

性別 : 男性 56%、女性 44%

年齢 : 20代 72%、30代 13%、40代 6%、
50代 4%、60代以上 5%

地域 : 関東 45%、関西 40%、中京 12%、
その他(沖縄県など) 3%

①ワークステイ事業を移住・定住につなげるための課題及び問題点の抽出と解決策(就農支援等、効果的な体験プログラムの検討)

a) ワークステイ事業は移住・定住につながる可能性が高く、大きな課題はない

ワークステイ事業を移住・定住につなげるための課題及び問題点としては、現状、それほど大きなものはなく、ワークステイ事業の実施により、30～40歳代の現役社会人を中心とした層でも福井県での移住・交流につながる可能性が大幅に高まることが判明した。

ただし、積雪のある冬期においても参加できるワークステイ・メニュー(ボランティア活動)の発掘、滞在期間の延長、地域における滞在費をいかに増やすか等の課題が残る。

b) ワークステイ事業における主な課題解決には「有償の滞在者向けプログラムの提供」が有効 有償の滞在者向けプログラムが地域の事業者等によって提供されるならば、滞在期間の延長と滞在費(地域経済波及効果)の拡大が同時に図られるものと思われる。

②ワークステイ事業の事業性(財政負担のない事業モデルへの転換可能性)

a) ワークステイ事業の有料化は概ね受容される状況にある

ワークステイ事業について将来的には、参加者から実費程度を徴収する有料化は概ね了解されそうな状況であるが、ボランティア作業の内容や食事内容次第では、現状「どちらともいえない」回答層や無回答層がどのように動くことになるか、今後より一層精緻な分析が求められる部分である。

b) ワークステイ事業の1日あたり料金は1,000円以上～3,000円未満が一つの目安

ワークステイ事業の受容価格帯としては1,000円以上～3,000円未満が一つの目安になるものと考えられる。

③大学・企業との連携によるプロモーション事業の有効性

a) 大学との連携によるプロモーションは有効に機能した

大学との連携によるプロモーション活動は、今回、十分有効に機能したと考えられる。したがって、今後もワークステイの実施に際しては、大学と連携したプロモーションを実施していくことが有効である。

しかし、サンプル数が極端に少ないため、明言できないが、企業と連携したプロモーションは十分機能しなかった可能性が大きい。

b) 社会人参加者に対するプロモーションは都市部等におけるイベント・説明会が有効

企業と連携したプロモーションの取組みは、現状まだ緒についたばかりであり、その成果を評価するにはまだ時期が早いとも考えられる。

今後も、企業に対して、福利厚生や社会貢献(CSR)活動、社員研修等のメニューへの組み込みによるプロモーション活動における連携を提案することは継続していく必要があるが、一方で、社会人参加者に対するプロモーションは当面、都市部等におけるイベント・説明会やホームページを有効活用していくことが求められよう。

2. 和歌山県モデル

和歌山県モデルでは、「和歌山県ふるさと定住センター」における研修事業を行い、移住・交流の希望者及び移住・交流の実践者への意識調査等を通じて、ふるさと定住センターの有効活用方策を検討・検証した。特にふるさと定住センターがある紀南地域は、移住・定住者が人口の約3分の1を占める色川地区を擁する那智勝浦町や古座川町を中心とすることから、移住・交流の実践者に対象を広げた意識調査を行うことが可能となった。

これまで、ふるさと定住センターでは、移住・交流希望者を対象に、定住に関する相談や情報提供、山村体験研修を行っているほか、移住・交流実践者を対象に、各体験研修の実施や農林産物の栽培技術相談等を行ってきた。

ふるさと定住センターについては、和歌山県への移住・交流希望者向けの施設というだけでなく、全国的な田舎暮らし体験研修センターとしての機能を持たせるなど有効な活用方策を検討した。併せて、移住・交流の促進に資するサービス内容、民間事業としての成立可能性についても検討した。

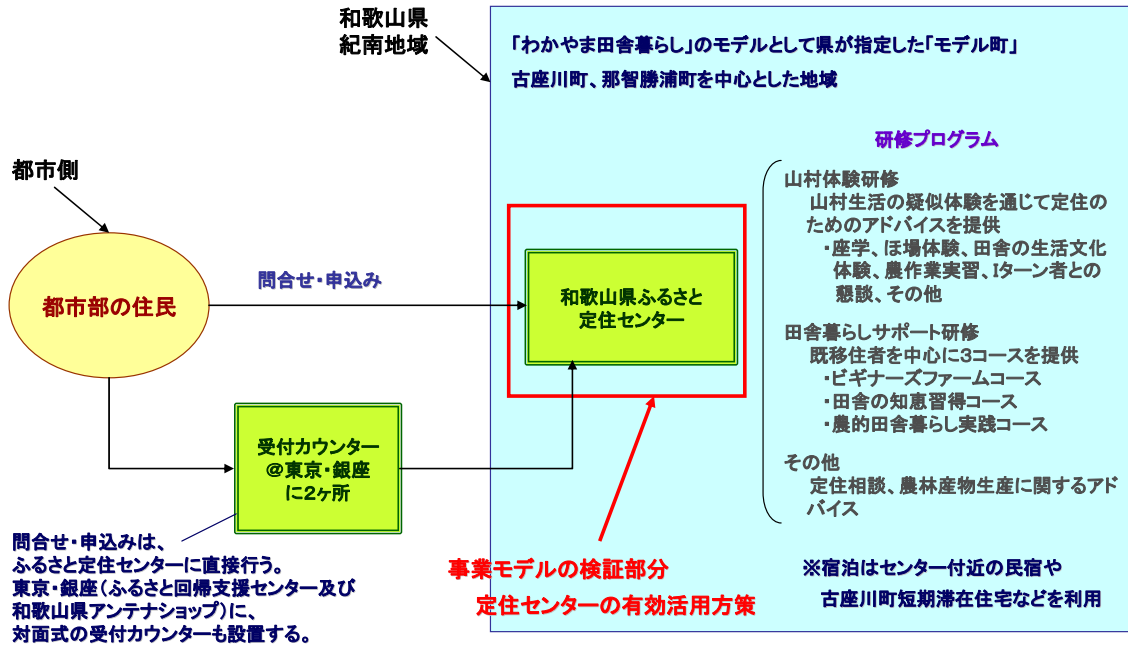
図表 5 「和歌山県ふるさと定住センター」とその周辺地域



(1) 事業モデルの概要

和歌山県事業モデルの概要は、下図に示すとおりである。

図表 6 和歌山県事業モデルの概要



(2) 事業モデルの実施体制

実証実験の枠組み（実施体制）は以下のとおりである。

事業機能	具体的な業務内容	実施主体
地域におけるコンシェルジュ機能	モニター参加者の直接的な申込み窓口であり、かつモニター参加者が現地入りした後の相談・問合せ等も受ける。	「ふるさと定住センター」が窓口となる。センターでの研修と市町村の協力による地域案内については、移住・交流希望者等の意向に沿ったオーダーメイドの対応を行う。
生活体験サービス提供機能	移住・交流希望者向け、移住・交流実践者向け、それぞれに各種の地域サービスを提供する。	「ふるさと定住センター」が各種研修メニューを提供するほか、地域案内等の付随サービスについては地元市町村や地元事業者等が提供する。
都市部における受付カウンター機能	都市部における相談窓口であり、申込み等を地域に取り次ぐ。	ふるさと回帰支援センター（@東京・銀座）、和歌山県アンテナショップ（@東京・銀座）

(3) 事業モデルの実施方法

モニターツアーの実施要領は以下のとおりとした。

- ・ 実施期間:平成 20 年 9 月～21 年 1 月(5 ヶ月間)
 - ※ 滞在期間は 1～5 日間とする(ただし研修以外の目的がある場合には 5 日間を超える滞在も可能)。
 - ※ 申込期限は原則として 2 週間前までとする(期限が過ぎた場合は応相談)。
- ・ 主な対象者:都市部(関西圏、中京圏、首都圏等)の移住・交流希望者(主に団塊世代)
- ・ 受入施設:宿泊については希望に応じて公的施設や民宿、町の短期滞在住宅(古座川町、新宮市、那智勝浦町)を紹介する。
- ・ 費用負担:受講料は無料(現地との往復交通費、宿泊代、食事代等は自己負担)

(4) 事業モデルの検討項目及び検証方法

和歌山県事業モデルの検討項目及び検証方法は以下のとおりとした。

検討項目	検証方法
受入側の行政が特に優先して対応すべき事項	移住・交流実践者及びモニター参加者へのアンケート・ヒアリング調査を通じたニーズ把握。
移住・交流の促進に資するふるさと定住センターのサービス内容	移住・交流実践者及びモニター参加者へのアンケート・ヒアリング調査を通じたニーズ把握、新たな地域サービス開発の可能性検討。
ふるさと定住センターの有効な活用方策(全国的な田舎暮らし体験研修センターとしての機能を果たせる上での課題の洗い出しとその解決方法の検討)	移住・交流実践者及びモニター参加者へのアンケート・ヒアリング調査を通じた課題把握、「和歌山県新宮・東牟婁地域 移住・交流促進実行委員会」における課題解決方法の検討。
ふるさと定住センターの民間事業としての成立可能性	ふるさと定住センターに求められる機能等を踏まえた上で、指定管理者制度や運営委託等の適用可能性を検討。 また、ふるさと定住センターの有する「クラインガルテン」的機能に関しては、都市部住民に対する高い集客効果を持ち、都市圏近郊という地理的条件、適切な利用料設定ができれば民間事業としての成立可能性も高まることから、上記のアンケート・ヒアリング調査を通じて、例えばクラインガルテン的機能の民間事業としての成立可能性を検討。

(5) 事業モデルの検証結果

和歌山県事業モデルにおける 4 つの検討項目についての検証結果を以下に整理する。
なお、和歌山県事業モデルへのモニター参加の状況は以下のとおりである。

参加者数	: 31人 (延べ64人・日)
参加者の属性	
年齢	: 40代以下 10人(32.3%) 50代以上 21人(67.7%)
地域	: 関西 54.5%、中京 9%、関東 4.5%、 県内 18.2%、その他

①受入側の行政が特に優先して対応すべき事項

a) 移住・交流開始前は不動産・仕事探し、開始後は生活インフラ・家族等の健康維持が課題

移住・交流を実践するにあたっては、地域での住宅・土地、生計を立てるための仕事を探ることが重要な課題として認識されていることが判明した。一方、移住・交流の実践者には、医療機関へのアクセス、親や自分の健康について心配する声が多かった。

b) 移住・交流開始前は住宅に関する支援等、開始後は生活インフラの拡充という行政サービスが求められている

移住・交流を行う際にあればよかった行政サービスを分類すると「住宅に関する支援等」、「起業・就業等に関する支援等」、「生活インフラの拡充」、「その他支援」の4つになる。

c) 特に、公営住宅等の拡充、空き家の賃貸化支援・促進、起業時融資(補助金)などの起業・就業等に関する支援等のサービス提供が求められる

自治体においては、公営住宅・生活体験住宅の拡充や空き家の賃貸化への支援・促進等の住宅に関する支援、起業時の融資(補助金)等の起業・就業等に関する支援等の行政サービス、既に多くの移住・交流者を受け入れている場合は、生活インフラの拡充に関わる行政サービスを特に優先して提供することが考えられる。

②移住・交流の促進に資するふるさと定住センターのサービス内容

a) 定住センターのサービス内容は、利用者満足度が高く、移住・交流の促進に役立っている

ふるさと定住センターのサービス内容は、現状においても利用者満足度が高く、移住志向層の拡大など移住・交流の促進に役立っていることが判明した。

b) 移住・交流の促進には、地域実態をよく知るためのサービス提供、機会の設定が求められる

移住・交流の促進に資するふるさと定住センターのサービス内容としては、1ターン者との懇談、田舎暮らし推進モデル地区の案内、田舎の生活文化体験等のサービスのよう、地域の実態をよりよく知るための機会設定に注力していくことが望ましいと考えられる。

③ふるさと定住センターの有効な活用方策(全国的な田舎暮らし体験研修センターとしての機能を持たせる上での課題の洗い出しとその解決方法の検討)

a) ふるさと定住センター自身がコンシェルジュとなった幅広い告知・PRの実施

移住・交流の潜在層への情報提供については、ふるさと定住センター自らが地域コンシェルジュ(総合窓口)となって実施するとともに、研修参加者 OB 等の組織化等を通じて、研修参加者等のクチコミにより、ふるさと定住センターの研修事業のPRを行なうことなどが考えられる。

b) センター内宿泊施設の設置あるいは宿泊施設等と連携した交通手段等の確保

利用者の滞在期間を延ばし、より実用に資する農業技術を習得させるとともに、地域住民との交流機会を設けて、当該地域のファン層を増やし、最終的に当該地域への移住・交流につなげるためには、センター内に宿泊施設を新たに設けるか、近隣の宿泊施設との間の交通手段をセンター独自あるいは周辺の宿泊施設との連携協力体制の下で確保することが必要である。

④ふるさと定住センターの民間事業としての成立可能性

a) ふるさと定住センターの研修事業は有償化することが可能

サービス対価を一日あたり3,000円未満に設定するならば、現在の利用者の9割程度の参加が見込める。こうした収入が期待できるならば、指定管理者制度の導入や民間事業者への運営委託の可能性は一層高まるものと考えられる。

b) クラインガルテン等のふるさと定住センターの営利事業については今後も検討が必要

ふるさと定住センターの民間事業としての成立可能性を考える上で、ふるさと定住センターにクラインガルテン機能を付与して、そこで利用者から利用料を徴収する事業を立ち上げることも考えられる。敷地面積(23,661㎡)が大規模クラインガルテンを実施できるほどには広くないという点、潜在的利用者層を多く抱える大都市部からのアクセスが悪いという点が課題だが、一方で、ふるさと定住センターが農業研修に対する豊富なノウハウを持つ点は、他の自治体が運営しているクラインガルテンに比べた場合の強み・特徴になる。

c) 移住・交流における「地域コンシェルジュ」としての事業も検討するべき

ふるさと定住センターのホームページや窓口は、和歌山県への移住・交流を真剣に検討している層には極めて有効に機能することから、今後はふるさと定住センター自らが地域コンシェルジュ(総合窓口)となって研修等に関わる情報のほか、近隣の住宅情報や各種地域情報を都市部の住民に向けて発信していくことが考えられる。

来年度以降、NPO ふるさと回帰支援センターがふるさと定住センターの運営受託を行なうことを踏まえると、NPO ふるさと回帰支援センターが強みとして持っている、都市部への地域情報の発信やコンシェルジュ機能を十分に活用していくことが考えられる。

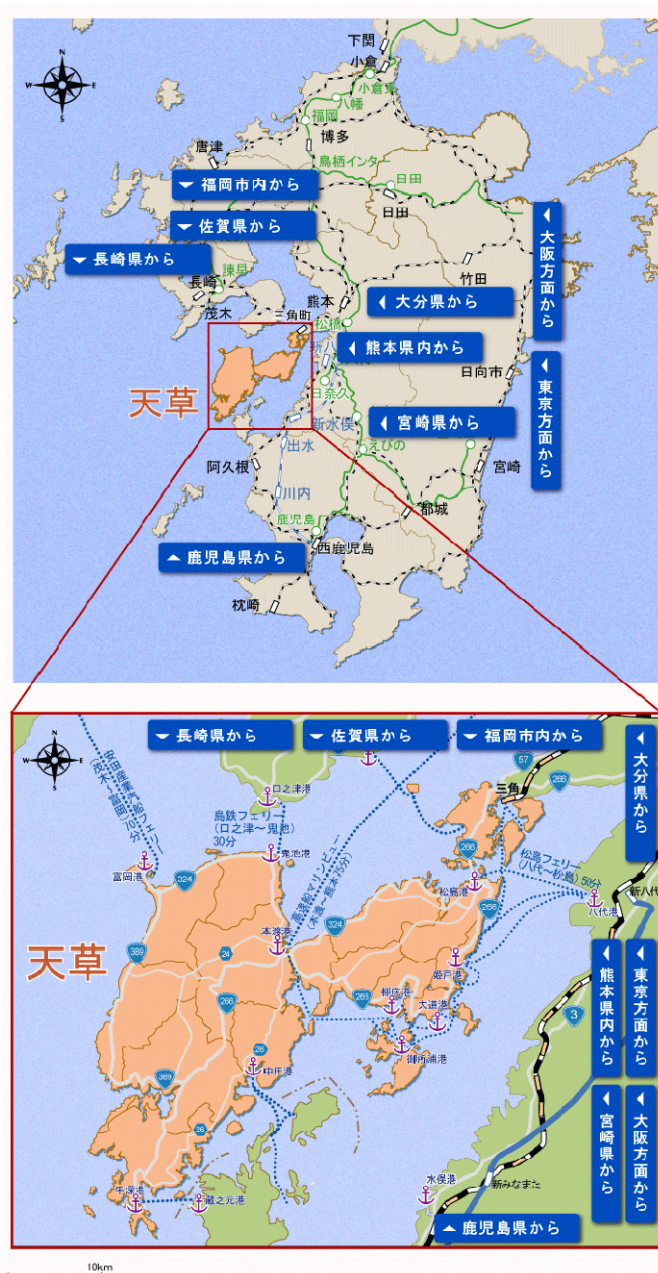
3. 熊本県モデル

熊本県モデルでは、天草をフィールドに「天草 宝島。移住・交流プロジェクト」を実施し、ツーリズム等の交流を移住・定住につなげるための効果的な促進施策を検証した。

併せて、施策推進のための体制整備、受入施設の設定、地域資源を生かした体験プログラムの企画等、モデルツアー実施のプロセス・実務を具体的にとりまとめて示すことで、取組みが端緒についた団体への波及を図ることとした。

さらに、先進的な地域コンシェルジュによる体験プログラムの提供事業者等に対するサービス水準などについての指導・助言のスキームを構築した。

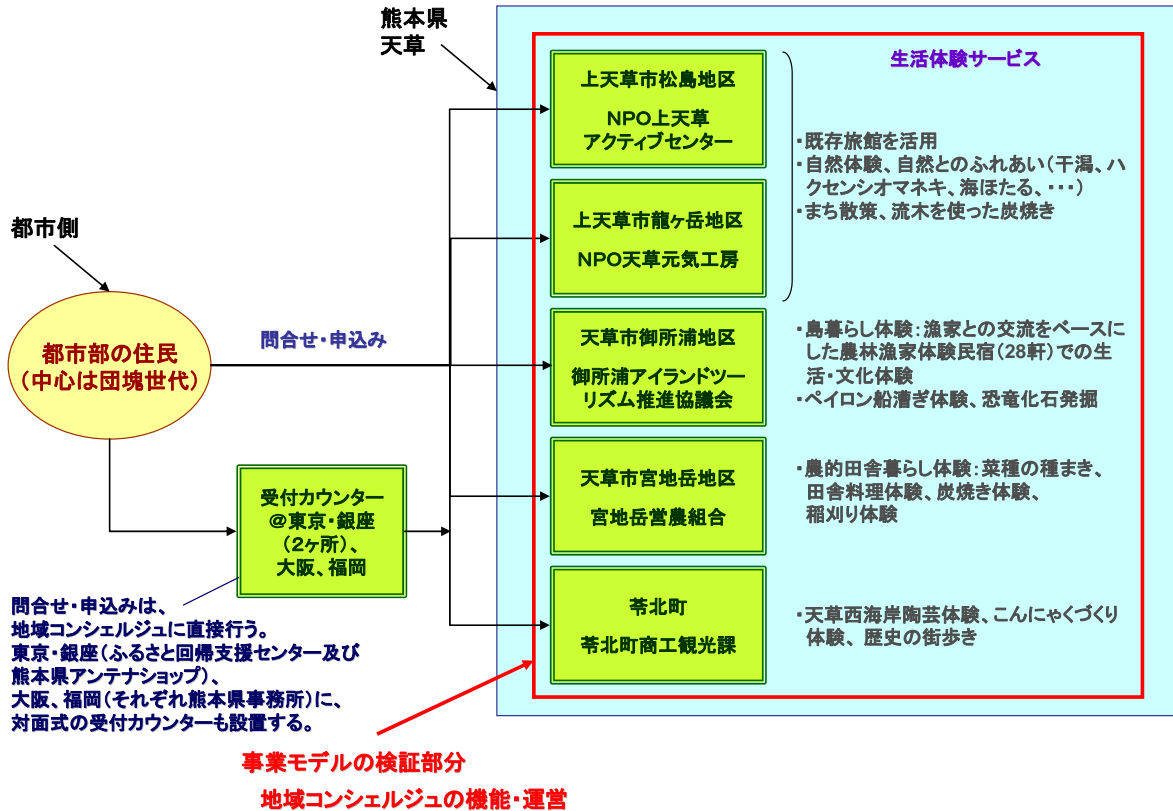
図表 7 熊本県「天草 宝島。移住・交流プロジェクト」実施地域



(1) 事業モデルの概要

熊本県事業モデルの概要は、下図に示すとおりである。

図表 8 熊本県事業モデルの概要



(2) 事業モデルの実施体制

実証実験の枠組み(実施体制)は以下のとおりである。

事業機能	具体的な業務内容	実施主体
地域におけるコンシェルジュ機能	モニター参加者の直接的な申込み窓口であり、かつモニター参加者が現地入りした後の相談・問合せ等も受ける。	以下の5地域にそれぞれ地域コンシェルジュ機能を設置する。 ①上天草市松島地区:NPO上天草アクティブセンター ②上天草市龍ヶ岳地区:NPO天草元気工房 ③天草市御所浦地区:御所浦アイランドツーリズム推進協議会 ④天草市宮地岳地区:宮地岳営農組合 ⑤苓北町:苓北町商工観光課
生活体験サービス提供機能	地域コンシェルジュ事業に係る各種の地域サービスを提供する。	各種サービスを提供する地元農家、漁家、地域企業・団体等(幅広い業種にまたがる)。 具体的には、地元市町村、地元農家、地元漁家、民宿、NPOや観光協会、連絡協議会、旅行会社等。

都市部における受付カウンター機能	都市部における相談窓口であり、申込み等を地域に取り次ぐ。	ふるさと回帰支援センター(@東京・銀座)、熊本県アンテナショップ(@東京・銀座)、熊本県大阪事務所(@大阪)、熊本県福岡事務所(@福岡)
------------------	------------------------------	--

(3) 事業モデルの実施方法

モニターツアーの実施要領は以下のとおりとした。

<ul style="list-style-type: none"> ・ 実施期間:平成 20 年 9 月～21 年 1 月(5 ヶ月間) <ul style="list-style-type: none"> ※ 短期滞在型(2泊3日程度)と長期滞在型(6泊7日程度)を用意。 ・ 主な対象者:都市部(福岡圏、関西圏、中京圏等)の団塊世代を主たる対象者とする。 <ul style="list-style-type: none"> ※ 団塊世代を主たる対象とするが、他世代のニーズを検証する必要からも年齢制限はしない。 ・ 受入施設:農林漁家体験民宿(28 軒)や既存旅館、住宅などを提供 ・ 費用負担:当該ツアーにかかる航空券、宿泊施設、水道光熱費、体験プログラム等の費用は原則としてモニターの自己負担とする。
--

(4) 事業モデルの検討項目及び検証方法

熊本県事業モデルの検討項目及び検証方法は以下のとおりとした。なお、現地に置く地域密着型の相談・受付窓口(地域コンシェルジュ)が、宿泊施設となる一般住宅や各種体験プログラム等のサービス水準について、地域内の先進事例の紹介等を通じて、提供事業者等に指導・助言を行う事業についても、この熊本県事業モデルで検証・検討した。

検討項目	検証方法
地域コンシェルジュに求められる機能及びそのシステム化の可能性(NPOを設立してもノウハウがない地域コンシェルジュもあるため)	モニター参加者へのアンケート調査による地域コンシェルジュに係る商品・サービスへのニーズ・満足度等を分析、その横展開の可能性を地域コンシェルジュへのヒアリング調査等を通じて検証。
ツーリズム等の交流を移住・定住につなげるための課題及び問題点の抽出と解決策(効果的な体験プログラムの検討)	モニター参加者へのアンケート調査による移住・定住に必要な体験プログラムの内容・ニーズに関する調査(地域との関係を深め、滞在期間を延ばし、往来頻度を高めるための方策検討)。
体制整備、受入施設の設定、体験プログラムの企画等、モデルツアー実施のプロセス・実務のとりまとめ	5つのモデルツアーの企画～組み立て～実施・運営～結果(顧客満足度等)を通じて検証。
先進地域コンシェルジュによる提供事業者等に対するサービス水準などについての指導・助言のスキーム	地域コンシェルジュ及び提供事業者等の研修プログラム(マニュアル)を作成することを通じて、左記の指導・助言スキームを構築し、その過程にある課題や問題点の抽出・整理、解決策を検討。

(5) 事業モデルの検証結果

熊本県事業モデルにおける4つの検討項目についての検証結果を以下に整理する。なお、熊本県事業モデルへのモニター参加の状況は以下のとおりである。

参加者数 : 18人

参加者の属性

性別 : 男性 56%、女性 44%

年齢 : 20代 6%、30代 25%、40代 31%、
50代 25%、60代以上 13%

地域 : 関東 8人、関西 1人、九州(福岡)
5人、北海道 1人、その他 3人

①地域コンシェルジュに求められる機能及びそのシステム化の可能性(NPOを設立してもノウハウがない地域コンシェルジュもあるため)

a) 受付対応時は、電話対応だけでなく、パンフレット送付などによる分かりやすい形での情報提供が必要である

できるだけ詳細な内容が書いてあるパンフレットを用意し、それを送付することも必要である。

b) ツアーの企画は体験プログラムのリストをもとに提供、リストにないものはサービス事業者等と相談して実施可能性を検討、難しい場合には代替案を提示する

実施場所、人数、実施時期、料金などを一覧にした体験プログラムのリストを作成することが必要である。電話等で参加希望者のニーズを聞き、その中から最適なプログラムを提供する。

c) 参加者が滞在中には、安心感や特別感を与えるツールが必要である

滞在期間中の相談窓口が確保できているという安心感を提供したり、宿泊施設の対応にも地域コンシェルジュとの連携によってもてなしが演出されるなどのサービスができると良い。

d) 体験プログラムを提供する際には、利用者の基本属性に応じて関心が高いと思われる内容のものをピックアップ、ツアーの中盤でもプログラムの変更に対応して満足度を高める

e) 地域住民や移住先達との交流機会を創出する

地域全体で歓迎している雰囲気伝えることが大事である。

f) アンケート調査を実施し、今後の改善につなげると共に、関係者に対応報告を行う

都市住民のニーズを把握し、受け入れ体制やプログラムへの不満についても把握する。

g) 顧客リストを作成し、アフターフォロー・情報提供・営業活動を行う(リピーターの確保)

h) ホームページやチラシを使った広報活動とともに、旅行会社への持込企画、社内報を通じた情報発信など、積極的な営業活動が必要である

ホームページは紙面に制限がないので、紙媒体でスペース的に掲載できなかった情報や、リアルタイムの生きた情報などを随時掲載していくなどの取組みが必要である。

②ツーリズム等の交流を移住・定住につなげるための課題及び問題点の抽出と解決策(効果的な体験プログラムの検討)

a) 移住・定住を決定するには、他地域との比較検討を希望する声が多いため、他地域との情報ネットワークを構築することが必要である

移住希望者が他地域との情報を比較することができるよう、広域的な移住情報をまとめて提供できるような情報ネットワークの構築が必要であることが示唆された。

b) 地域の生活情報などは参加者の移住意欲によって関心の高さに差が表れるため、参加者ごとに提供する情報内容に差をつける

c) 地域コンシェルジュの事業化のために、料金を徴収する仕組みを構築する必要がある

コンシェルジュに対して 3,000～10,000 円程度の有料化を利用者の多くが承認している。

③体制整備、受入施設の設定、体験プログラムの企画等、モデルツアー実施のプロセス・実務のとりまとめ

おためしライフ(生活体験ツアー)には、旅行商品並みのサービスレベルを維持するための関連商品の開発が求められる【詳細は本編ご参照】。

a) 地域コンシェルジュの設置が必須である

受入側に総合相談及び受付のために地域コンシェルジュを設置することが必要となる。

b) 宿泊施設の選定については留意事項がある

不動産物件の取扱いについて特有の留意事項(資格、家賃、法規制、保険等)が生まれる。

c) 旅行傷害保険の付与が別途必要となる

旅行業法並びに旅行業約款の適用外のため、参加者には傷害保険の加入を薦める必要。

d) 現地までの交通機関については工夫が必要

e) サービスレベルを維持した生活体験プログラムメニューの検討・提供

生活体験プログラムについては、一定のレベルを維持するための方策を講じる必要。

f) キャンセルポリシー・料金の授受、中止・変更に関しては個々の対応が必要となる

g) ウェルカムパーティー・フェアウェルパーティーの開催が望ましい

④先進地域コンシェルジュによる提供事業者等に対するサービス水準などについての指導・助言のスキーム

コンシェルジュマニュアルを作成し、窓口となる観光協会や自治体、コンシェルジュなどの心構えと、サービス概要などを示した【詳細は本編ご参照】。

a) ファーストコンタクトは自治体あるいは観光協会が行う

b) 観光協会や自治体は参加希望者のニーズに適する地域のコンシェルジュに振り分ける

c) 顧客の要望にあったツアーをコーディネートし、プログラム提供者と連絡を取り、予約を行う

d) 予約済みの顧客に対しては、コンシェルジュカードや電話で心理的なサポートを行う

e) 来訪後はアンケート及びメールマガジン等でリピーター獲得に務める

第3章 地域住民に対する意識調査

各モデル地域(福井県、和歌山県、熊本県)の地域住民に対して、地域住民による人口減少に対する問題意識や移住・交流の促進方策、移住・交流者の受入れに関する考え方などを把握することを目的に、インターネットによる意識調査を実施した。回収数は1,000人(福井県333人、和歌山県333人、熊本県334人)である。

その結果のポイントは以下のとおりである。

【地域の人口減少について】

- ・ 「人口は減少しており問題であると思っている」人は39.3%で最も多いが、「人口は減少していない」「人口は減少しているが問題であるとは思っていない」人は合わせると58.9%。
- ・ 人口減少への対策としては、「交通アクセスの利便性向上(65.9%)」「子育てをするための環境整備(60.2%)」「多様な就職先の創出(59.6%)」「医療体制・福祉施策の充実(53.9%)」といったまちづくりの基本的な項目が上位を占めている。

【これからの移住・交流者の受入れについて】

- ・ 移住・交流者の受入れについては、「積極的に受け入れていくべき」が40.3%で最も多く、「どちらかという受け入れていくべき」も38.3%。
- ・ 積極的に受け入れても良いのは、「地域に積極的に溶け込む努力ができる人」が63.9%で最も多く、「若者やファミリー層」が61.7%。
- ・ 移住・交流者との関わりについては、「積極的に関わっていききたい」(14.5%)、「どちらかという関わっていききたい」(34.4%)を合わせると約半数。
- ・ 移住・交流者を受け入れるメリットとしては、「地域の人口減少に歯止めがかかる」(63.8%)、「地域の産業・経済が活性化する」(55.1%)、「地域コミュニティが活性化する」(54.3%)。
- ・ 移住・交流者を受け入れるデメリットとしては、「治安の維持が難しくなる」(54.7%)、「地域の伝統文化や環境が変容するおそれがある」(36.6%)。

【既に地域に来ている移住・交流者について】

- ・ 移住・交流者を受け入れての感想は、「移住・交流者を受け入れたことがない」(41.2%)を除くと、「なんとも言えない」(34.2%)、「どちらかという良かった」(15.9%)。
- ・ 移住・交流者を受け入れて良かった点は、「人口減少に歯止めがかかった」(46.3%)、「地域コミュニティが活性化した」(39.1%)。
- ・ 移住・交流者を受け入れて悪かった点は、「治安の維持が難しくなった」(38.8%)が最多。
- ・ 移住・交流者が地域・コミュニティと交流しているかどうかについては、「よく分からない」(49.8%)が最も多いが、「積極的に交流しようとしている人が多い」(14.1%)よりも「積極的に交流しようとしている人は少ない」(35.4%)の方が多くなった。
- ・ これからも積極的に移住・交流者を受け入れていきたいかどうかについては、「どちらとも言えない」(54.6%)が最多、「はい」(43.9%)、「いいえ」(1.5%)。

第4章 移住・交流の実践者に対する意識調査

各モデル地域のうち和歌山県、熊本県において、移住・交流の実践者に対して、移住・交流先での暮らし方、移住・交流を考えたきっかけや目的、移住・交流の実践までのプロセスや課題及び克服法、今後の展望などを把握することを目的に、アンケート及びインタビューによる意識調査を実施した。

そのうち、和歌山県のアンケート調査(回収数は99人)の結果のポイントは以下のとおりである【自由回答及びヒアリング(インタビュー)調査については本編ご参照】。

【実践者の基本属性】

- ・ 最も多かったのは「50歳代」(28%)で、以下、「40歳代」(23%)、「30歳代」(18%)、「60歳代」(13%)。回答者の移住・交流の実践期間は、平均10年17ヶ月であった。

【移住・交流のきっかけとなった理由】

- ・ 最も多かったのが「豊かな自然環境の中で暮らしたくなったから」であり、2番目に多かったのが「食の安全・安心のための農業、自給自足の生活がしたかったから」であった。

【移住・交流先を選択する上で重要視したこと】

- ・ 「豊かな自然環境があること」、が最も多く、次いで「接しやすい地元の方が多いいこと」。

【現在の地域を選択した理由、他の地域を選択しなかった理由】

- ・ 現在の地域を選択した理由として、最も多かったのが「住む家があること」、「豊かな自然環境があること」と続いた。他の地域を選択しなかった理由として、最も多かった理由が「住む家があること」、「その他」、「接しやすい雰囲気のある地元の方が多いいこと」が続いている。

【移住・交流先を選択するために入手した情報の収集方法】

- ・ 「現地で移住・交流を実践する人からの情報収集」、「田舎暮らし雑誌での情報収集」。

【移住・交流を決意してから実践するまでの期間】

- ・ 決意してから実践するまでに要した期間を尋ねたところ、平均は20.5か月であった。

【移住・交流の最終的な決定者】

- ・ 移住・交流を最終的に決定した人が家族のうち誰か尋ねたところ、最も多かったのは「自分自身・本人などが」最も多く、次いで「世帯主」が続いた。

【移住・交流を実施するにあたっての問題点、課題の有無】

- ・ 半数が「特になかった」と回答したが、「あった」と回答した人も45%の比率であった。

【問題点、課題となった事項】

- ・ 上問での問題点、課題として、最多だったのは「不動産を探すこと」と「就職先」であった。

【移住・交流の実践にあたっての初期費用】

- ・ 初期費用を、平均で2,715,238円(最高額は12,000,000円、最低額は50,000円)。

【移住・交流を実践するまでの現地への訪問回数】

- ・ 現地への訪問回数は、平均で5.63回(最多回数は100回、最少回数は0回)。

【移住・交流を実践して良かったか】

- ・ 移住・交流を実践して良かったと感じているか否かを尋ねたところ、80%以上の方々が「はい」と回答しており、「いいえ」と回答している人は1%にとどまった。

【現在の生活や将来に向けての課題、心配事】

- ・ 現在の生活や将来に向けての課題、心配事について尋ねたところ、最も多かったのが「その他」、次いで「学校の有無」となった。

第5章 都市部における情報発信

本年度の調査においては、有効性が認められるプロモーション手法に絞り、資源を集中投下して実施した。プロモーションのツールと方法は以下のとおりである。

1. プロモーションのツール

昨年度調査において、モニター参加の決め手となったのはパンフレットであり、顧客接点としてホームページが最も有効であることが示されていることから、本調査においても、モニター参加者の募集ツールとして、専用のパンフレット及びホームページを開設した(ホームページは顧客とのファースト・コンタクト・ポイントとしての位置付け)。

図表 9 パンフレット(表紙)

3つの地域それぞれが、「暮らしのスタイル」を提案。あなたの憧れや夢をかなえる暮らし方を見つけてください。

モニター募集要項

- 【滞在期間】 各地域によって異なりますが、1泊2日から1週間程度のものをご用意しています。
- 【滞在地】 福井県、和歌山県、熊本県からお選びください。【詳細場所については各地域の紹介をご覧ください】
- 【宿泊箇所】 観光民家等の農家民宿、ホテル・旅館等の宿泊施設、公民館施設【詳細場所については各地域の紹介をご覧ください】
- 【条件】 現地までの往復交通費は自己負担になります。当年度中での参加に同意します。宿泊代、食事代、体験プログラムの費用は各地域によって異なります。各地域の紹介をご覧ください。不動産物件には、火災保険が付与されていないものがあるため、任意加入となります。また、各自で旅行傷害保険をご手配いただきますことをおすすめいたします。

お申し込みの流れ

- ご希望の「滞在期間」「滞在地」「宿泊箇所」をお選びください。
- 各地域の受付窓口(地域コンシェルジュ)までお電話でお申し込みください。お受付時間は各地域により異なります。予めご了承ください。
- ご希望についてのお返答及び今後の流れについて、ご案内させていただきます。
- 各種プログラムのご紹介、お申し込みも、地域コンシェルジュが承ります。

ご案内 (必ずお読みください)

- 本事業は「都市から地方への移住・交流の促進に関する調査」で、総務省の委託を受け、(株)日本総合研究所が企画運営している実証実験です。「おためしライフ」は行旅用品ではおはせませんので、旅行実費並びに行旅予約の費用外となります。各自で電報料をお手配いただきますことをおすすめいたします。
- 費用のお支払い方法 宿泊代、食事代、体験プログラムの費用のお支払い方法は各地域によって異なります。各地域のコンシェルジュにお電話ください。
- おためしライフの中止・変更 天候の悪化により体験参加が不可能になった場合には、中止・延期、代替体験での開催を、滞在地の要請などの条件を考慮し、ご承認をお願いしない限りは行いません。その際には事務局をご理解の上、あらかじめご了承ください。
- ご参加の条件 当事業は総務省による実証実験のため、匿名・体験プログラムについて、アンケート調査にご協力いただきます。

特設カウンター設置期間 / 2008年9月5日(金)~2009年1月31日(土)まで

おためしライフ 相談・受付カウンター
認定NPOふるさと回帰支援センター内

本パンフレットで紹介する3地域の実証実験に関する相談・受付カウンターを設置します。お気軽にご相談ください。

● 航空券等の予約もご相談に応じます。お申し込みの際はここに電話してください。
tel 03-3543-0333 (担当: 奥田)

〒102-0082 東京都千代田区一丁目16番 株式会社 日本総合研究所内
TEL: 03-3288-4970
FAX: 03-3288-4349
E-mail: yano.katsuhiro@jri.co.jp

総務省「都市から地方への移住・交流の促進に関する調査」(調査委託:株式会社日本総合研究所)

田舎で見つかる、新しい暮らしのヒント
おためしライフ
夢がしへの旅

福井・和歌山・熊本
気軽に、田舎暮らしを体験できます
参加モニター募集

http://www.otameshi-life.jp

図表 10 ホームページ(トップページ)



2. プロモーションの方法

(1) 移住・交流の強い関心層(コア層)へのアプローチ

- ・ 関連イベントとのタイアッププロモーション／専門誌等での広告掲載／モデル地域の県人会や観光大使、サポーター組織、過去の物産展等のイベント登録者などへのPR／関連団体を通じたPR／相談・受付カウンターを設置(NPO ふるさと回帰支援センター内)など

(2) 移住・交流の一般的な関心層へのアプローチ

- ・ 福利厚生代行企業や企業 OB 会とのタイアップ／企業のCSR活動・研修活動とのタイアップ／大学とのタイアップ／エアラインとのタイアップなど

(3) 一般層へのアプローチ

- ・ 新聞記事掲載／新聞への広告掲載／地方自治体や企業・団体等の機関誌／モデル地域の都道府県や関連企業・団体等のホームページ・メールマガジン等でのPRなど

3. ふるさと回帰フェア 2008(東京・大阪)

東京及び大阪で開催された「ふるさと回帰フェア 2008」において、モニターツアーを告知するとともに、自治体の移住・交流施策に係る情報発信を行った。

4. 成果報告会の開催

モニターツアー終了後の3月27日に、移住・交流推進機構(JOIN)が実施する交流会において、モデル地域における実証実験の検証結果等を中心とした成果報告会を実施した。